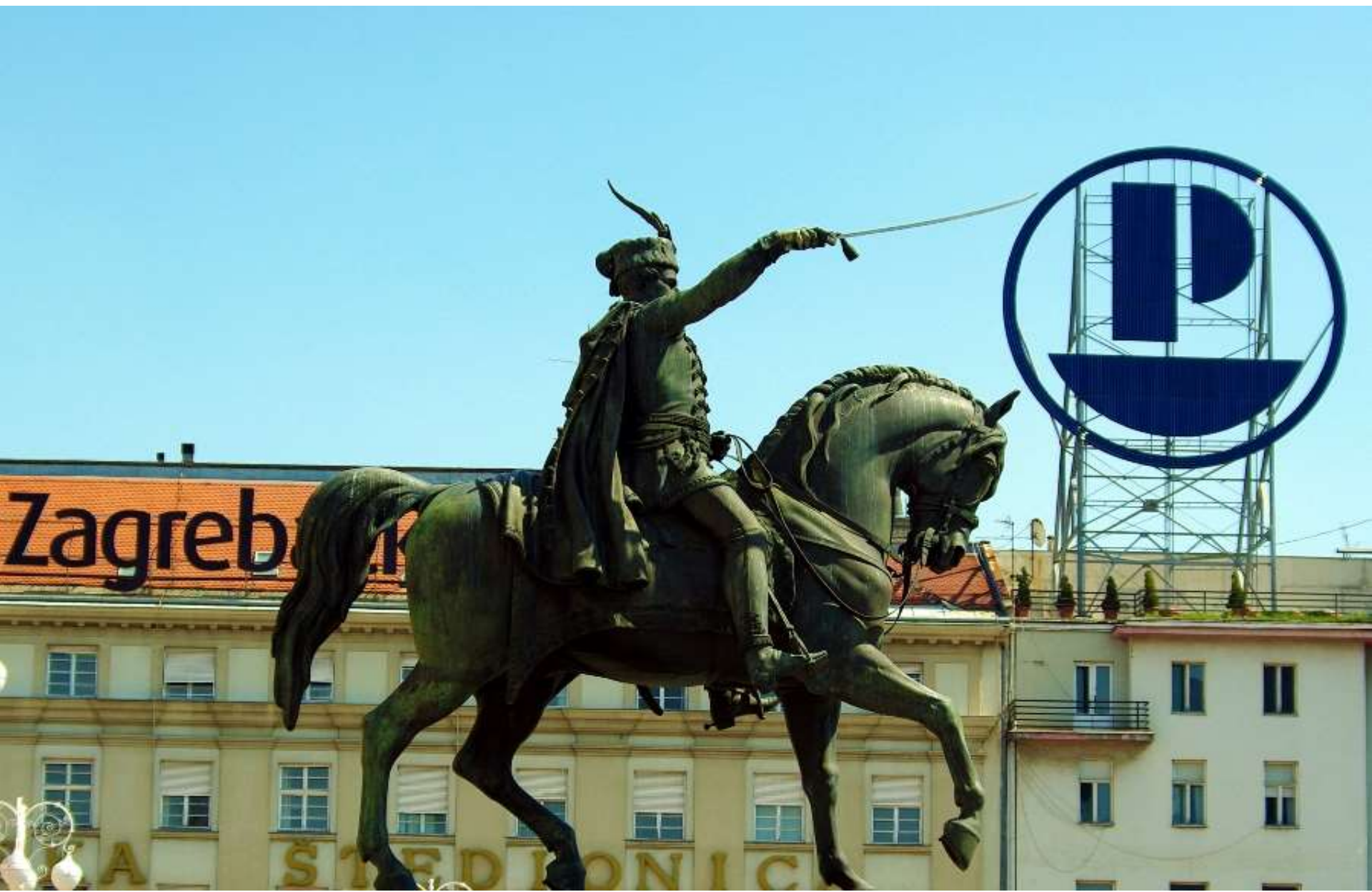


Zagreb, 11. 3. 2016.



# Potpore MINT-a - STRUKOVNE UDRUGE

2015. (14)

2,8 mln kn

2014. (17)

3,4 mln kn

2013. (16)

3,0 mln kn

2012. (36)

2,9 mln kn

<http://www.mint.hr/default.aspx?id=370>

Red. br.	UDRUGA	NAZIV PROJEKTA	ODOBRENI IZNOS
1.	UDRUGA ISTRA INSPIRIT	Edukacijom do održivog turizma u Istri	102.900,00 kn
2.	HRVATSKI KUHARSKI SAVEZ	Hrvatska kulinarska akademija	170.000,00 kn
3.	KAMPING UDRUŽENJE HRVATSKE	Eko-certificiranje i zeleno poslovanje	220.990,00 kn
4.	KAMPING UDRUŽENJE HRVATSKE	Znanje i edukacija kao temelj razvoja hrvatskog kampinga	96.487,50 kn
5.	UPUHH – Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske	Stručno usavršavanje proizvodno uslužnog osoblja u hotelijerstvu i restoraterstvu	300.000,00 kn
6.	UNPAH-Udruga nezavisnih putničkih agenata Hrvatske	Kulturni, kreativni i urbani turizam u funkciji razvoja destinacije i DMK	85.634,47 kn
7.	UDRUGA NASTAVNIKA U DJELATNOSTI UGOSTITELJSKOG OBRAZOVANJA	COOKLOOK	299.508,56 kn

8.	DRUŠTVO TURISTIČKIH VODIČA PULA	Zvuk male Toskane	64.001,00 kn
9.	UPUHH – Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske	Uvođenje održivog poslovanja u hrvatske toplice	222.856,80 kn
10.	HRVATSKI FERIJALNI I HOSTELSKI SAVEZ	Izgradnja i razvoj sustava informiranja korisnika i upravljanja kvalitetom u hostelima	276.700,00 kn
11.	UHPA – Udruga hrvatskih putničkih agencija	Obrazovni program specijalizacije receptivnih turističkih agencija	290.755,18 kn
12.	NACIONALNA UDRUGA OBITELJSKIH I MALIH HOTELA	Akademija NUOMH	294.000,00 kn
13.	UHPA– Udruga hrvatskih putničkih agencija	Uvođenje inovativnosti u proces razvoja proizvoda za posebne oblike turizma	151.725,39 kn
14.	HRVATSKI SOMMELIER KLUB	Sommelierske radionice prve i druge razine	224.441,10 kn

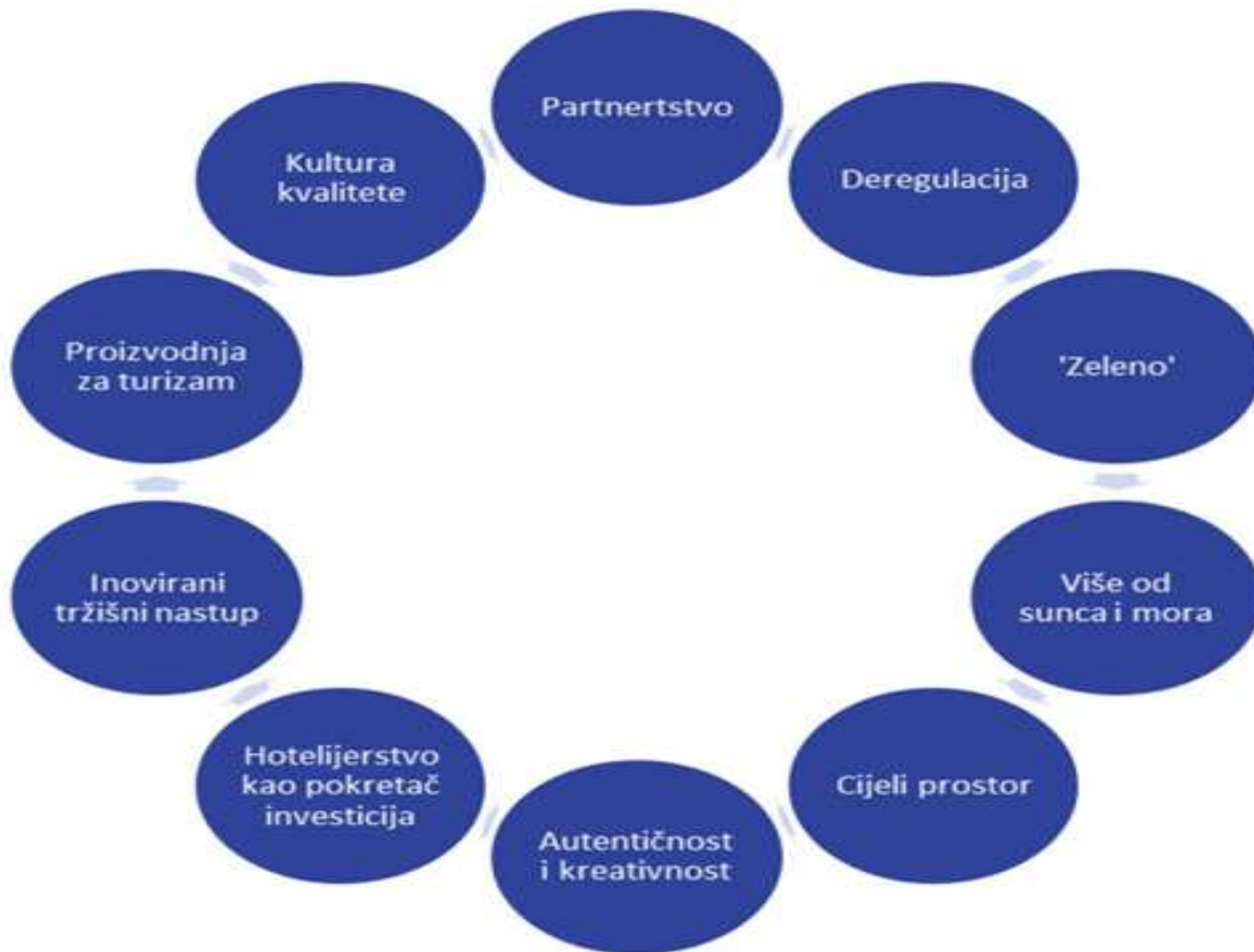
## **Misija**

Hrvatski turizam predstavlja jednog od glavnih pokretača ukupnog hrvatskog gospodarstva i znatno doprinosi ukupnom društvenom razvoju Republike Hrvatske i blagostanju svih hrvatskih građana.

## **Vizija**

Ministarstvo turizma Republike Hrvatske stvara preduvjete za konkurentnost ukupnog hrvatskog turističkog sektora kroz razvoj cjelovite i kvalitetne turističke ponude na principima održivosti i kroz učinkovito tržišno promicanje hrvatskog turizma, a time i Republike Hrvatske u cijelosti.

# RAZVOJNA NAČELA HRVATSKOG TURIZMA DO 2020.



# SUSTAV VRIJEDNOSTI NOVE VIZIJE HRVATSKOG TURIZMA

KAKAV BI HRVATSKI  
TURIZAM TREBAO  
BITI?

prepoznatljiv  
(brendiranje)

cjelogodišnji  
(produženje sezone)

razvijen na cijelom  
prostoru

raznovrstan  
(diferencirana ponuda)

inovativan i prilagodljiv  
preferencijama turista

KOJI SU KLJUČNI  
PREDUVJETI RAZVOJA  
HRVATSKOG TURIZMA?

dugoročna zaštita  
prostora i održivo  
upravljanje  
ekosustavom

konkurentnosti  
atraktivnost za  
investicije

aktiviranje državne  
imovine u svrhu  
turističkog razvoja

povećanje znanja i  
vještina na svim  
razinama

destinacijsko  
upravljanje

ČIME ĆE HRVATSKI  
TURIZAM PRIVLAČITI  
POTRAŽNJU?

gostoljubivost

kvaliteta  
(izvrsnost)

autentičnost  
(očuvanje izvornosti)

raznovrsnost sadržaja i  
doživljaja

sigurnost



Hrvatska je u 2020. godini globalno prepoznatljiva turistička destinacija, konkurentna i atraktivna za investicije, koja stvara radna mjesta i na održiv način upravlja razvojem na svom cjelokupnom prostoru, njeguje kulturu kvalitete, a svojim gostima tijekom cijele godine pruža gostoljublju, sigurnost i jedinstvenu raznovrsnost autentičnih sadržaja i doživljaja.



2013./2014.

Hotspot Croatia - više od 3 mln kn

2013. - više od 270 točaka

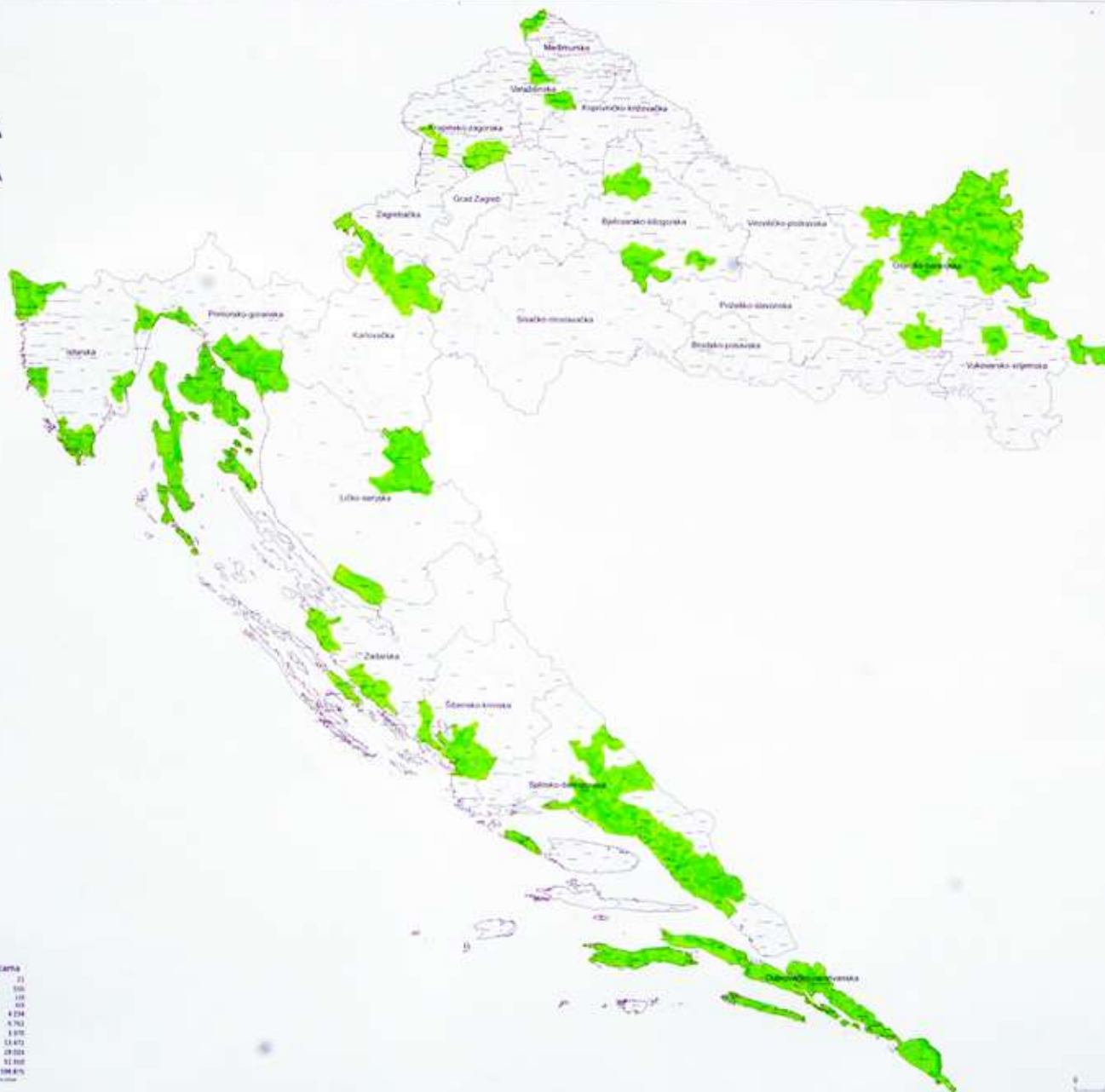
2014. - 242 nove - nadogradnja 51

+ 49 wi-fi interpretacija

Ukupno: više od 550 točaka u RH



REPUBLIKA HRVATSKA  
PREGLEDNA KARTA  
ŽUPANIJA, GRADOVA I OPĆINA



**Statistički podaci**  
Površina (km<sup>2</sup>)

Ukupna površina	57.081
Površina kopna	53.084
Površina obalnog mora	3.997

**Ukupno broj stanovnika**

Republika Hrvatska	4.290.617
Zagrebačka županija	1.174.612
Krapinsko-zagorska županija	218.964
Šibensko-karlovčka županija	172.977
Karlovačka županija	128.766
Varaždinska županija	276.040
Bjelovarsko-bilogorska županija	111.382
Brodsko-posavska županija	128.781
Požješko-slavonska županija	276.161
Ličko-severnjačka županija	111.022
Vukovarsko-srijemska županija	84.786
Međimurska županija	170.221
Šibenik-kninska županija	158.125
Zadarska županija	170.398
Općina - hrvatska županija	800.899
Šibenik-kninska županija	390.335
Vukovarsko-srijemska županija	180.117
Splitsko-dalmatinska županija	493.242
Šibenik županija	208.480
Šibensko-karlovčka županija	127.781
Međimurska županija	114.414
Grad Zagreb	762.879

**Podaci o prostornim jedinicama**

Broj županija	21
Broj gradova	106
Broj općina	110
Broj gradova i općina	216
Broj gradova i općina u sastavu županija	4.274
Broj županija	6.762
Broj karlovačkih općina	1.070
Broj karlovačkih gradova	13.472
Broj karlovačkih županija	28.224
Broj županija i gradova	31.296
Broj karlovačkih županija i gradova	1.188.876



Izvornik karte: Registar prostornih jedinica  
Starije podataka na dan 1.1.2015. godine

Mjerilo = 1 : 500 000

© DRŽAVNA GEODETSKA UPRAVA

# 10 MEGATRENDOVA U TURIZMU

Izvor: Horwath HTL



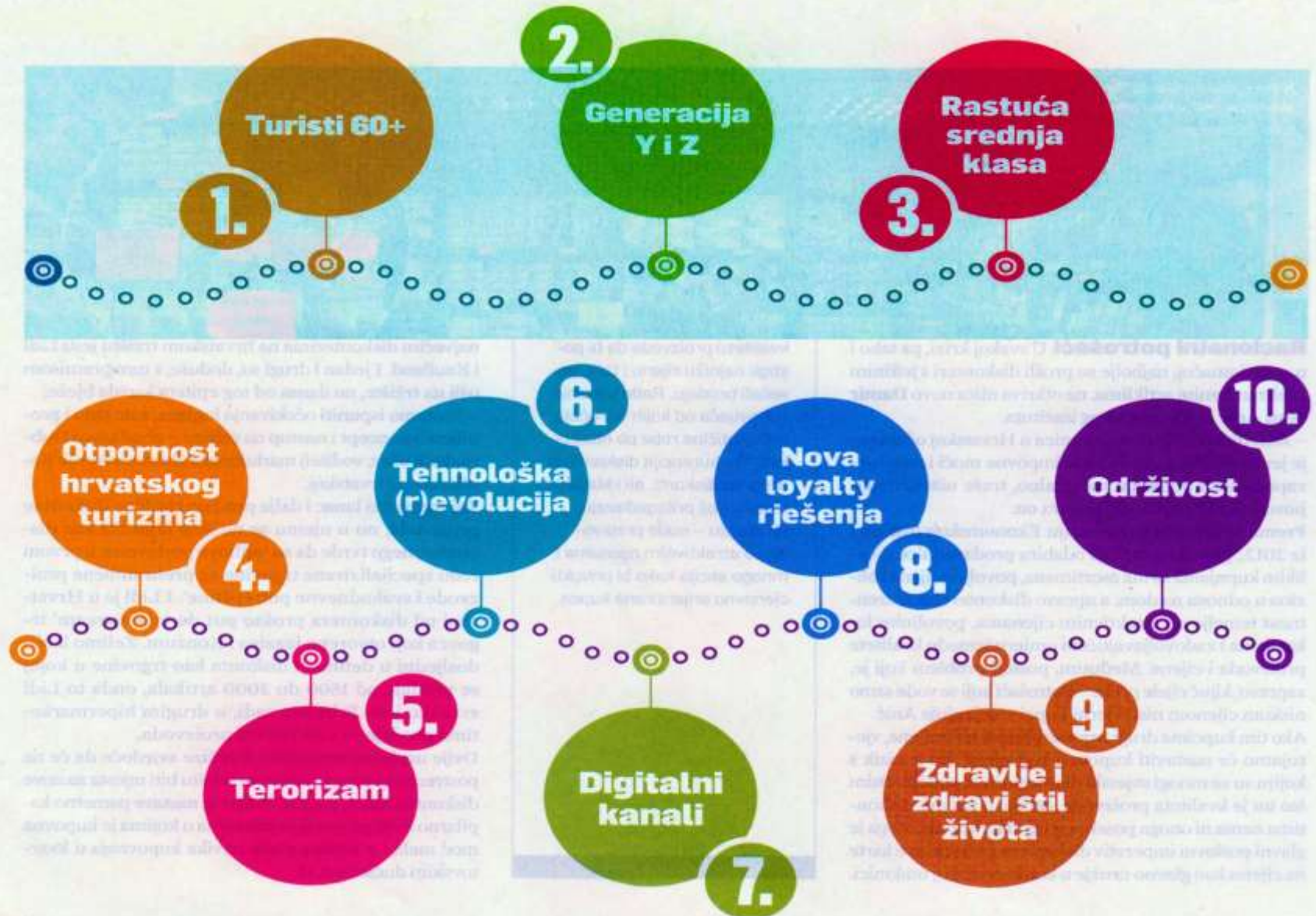
Horwath HTL™

Hotel, Tourism and Leisure Celebrating 100 years



© 1983 King Features Syndicate, Inc. World rights reserved.





# 1.

## Turisti 60+

Multi-generacijska putovanja

Volonterski turizam

Rodoslovni turizam

Sporija putovanja vlakom i kruzerima

Zdravstveni i wellness turizam

Misteriozne ture

'Bucket List' putovanja


'Osjećam se mlado' lagane avanture


Edukacijski turizam

# 2.


## Generacija Y i Z


### KARAKTERISTIKE


 85% generacije Z u SAD-u posjeduje smartphone


 Troše novac svojih roditelja najbrže što mogu

@ Vrlo visoka uključenost u digitalne trendove – digitalni integratori


 U životu promijene 17 poslova


 U životu promijene 15 mjesta boravka

 Ubrzano mijenjaju jezik (prigranjuju međunarodne izraze i kratice)


 1/2 pripadnika generacije Z ima fakultetsko obrazovanje


### KARAKTERISTIKE


 Rođeni su 1978.-1994.


 Sklonost istraživanju, interakciji i emotivnim iskustvima

@ Tehnologija čini sastavni dio njihovog života

 Orijentacija ka društvu

 Visoka svjesnost o brendu, niska lojalnost brendu

 Korisnici društvenih mreža i ICT alata

 1/3 pripadnika generacije Y ima fakultetsko obrazovanje

# 3.

## Rastuća srednja klasa

Populacija srednje klase

2009.

1,8

MILIJARDI

2020.

3,2

MILIJARDE

2030.

4,9

MILIJARDI



# 4. Otpornost hrvatskog turizma

RIJEKA	SPLIT	ŽUPA DUBROVAČKA	ROGOZNICA	ZAGREB
<b>+24%</b>	<b>+21%</b>	<b>+16%</b>	<b>+13%</b>	<b>+12%</b>
205.200 noćenja	1.316.000 noćenja	444.000 noćenja	543.000 noćenja	1.649.000 noćenja

Podaci za 11 mjeseci 2015. i usporedba s prethodnom godinom



# 6.

## Tehnološka (r)evolucija

Tehnološka (r)evolucija i potencijalne implikacije

### MOBILNE TEHNOLOGIJE



### PRILAGODBA U REALNOM VREMENU



### ROBOTI



### INFORMIRANJE U REALNOM VREMENU



### DIGITALNA INTERAKCIJA



### WEARABLES



# 7.

## Digitalni kanali



Jedan mobitel po osobi



65% posto svih pretraga započinje na mobilnim telefonima, a kasnije se nastavljanju na računalu



Vrijeme koje se troši na korištenje mobitelom prelazi vrijeme koje se troši na gledanje TV-a



Do 2017. 30 posto aktivnosti u turizmu odvijat će se putem mobilnih uređaja



60% vremena na internetu troši se na društvene mreže, s 28 posto aktivnih korisnika



Društveno povezivanje najpopularnija je aktivnost među mobilnim aplikacijama



Meta-search pretraživači dobivaju sve više na važnosti prilikom bukinga



Internet i pametni telefoni omogućuju dijeljenje inače skupih resursa

# 8. Nova loyalty rješenja

## TRADICIONALNA



KUPI



SAKUPI



OSVOJI

## NOVA LOYALTY RJEŠENJA



Check in u razdoblju manje popunjenosti nagrađuje se posebnim gestama dobrodošlice



Korištenje sadržajima hotela nagrađuje se raznim izletima



Pisanje online osvrta na smještaj nagrađuje se popustima prilikom bukinga hotelske sobe

# 9.

## Zdravlje i zdravi stil života

### TRENDOVI U INDUSTRIJI ZDRAVOG LIFESTYLEA

.....

Dizajn interijera

.....

Zdrava prehrana

.....

Wellness i spa

.....

Meditacija i joga

.....

Personalizirani programi

.....

Zdravi hoteli

.....

Holistički odmor

.....

Rejuvenation

.....

Psihološko blagostanje

.....

Mobilno-zdravstveni  
segment

.....

Sport i rekreacija

.....

# 10.

## Održivost



### VLADAJUĆE STRUKTURE

Međunarodna suradnja

.....

Formuliranje politike

.....

### DESTINACIJE

Sustav destinacijskog menadžmenta

.....

Upravljanje turističkim resursima

.....

### PRIJEVOZNIČKI SEKTOR, INDUSTRIJA SMJEŠTAJA,

Održivi dizajn

.....

Zaštita i očuvanje okoliša

.....

Upravljanje otpadom

.....

Održiva i društveno odgovorna nabava

.....

Obnovljivi izvori energije

.....

### LOKALNA ZAJEDNICA, OSTALI PRUŽATELJI USLUGA, TURISTI

Svjesnije ponašanje turista

.....

Promjene u zahtjevima turista

.....

Preferiranje 'zelenih' turističkih programa

.....

Sudjelovanje lokalne zajednice u  
pružanju turističkih usluga

putovanje



“Putovanje je fatalno  
za predrasude,  
fanatizam i  
ograničenost.”

Mark Twain



'Beskrajnu radost osjeti čovjek u onom času kad shvati da ima netko na tom svijetu koji je spreman njega primiti onakvim kakav jest; dapače, i da ga prima onakvim kakav bi on želio biti'

(Ivan Cvitanović, Odnosi - osoba i zajedništvo)



**“...svaki čovjek i njegova životna situacija jest atrakcija i kulturna činjenica od posebnog značenja jer, naprosto, drugog takvog čovjeka nema i sve što će vam on ili ona ispričati u njihovoj maloj vali ili podno brda, tijekom boravka u njihovom apartmanu ili vikendici, jest dio posve autentične priče kakve nema nigdje...”**

**(dr. sc. Feđa Vukić, Iskustveni turizam i dijaspora značenja, Privredni vjesnik, 3489, 9. 7. 2007.)**



Sveto pismo puno je putnika: Abraham je putovao u Kanan, Josip u Egipat, Mojsije u pustinju, Jona u Taršiš i Ninivu, Tobija u Rages, Pavao u Damask, Isus u Jeruzalem, učenici u Emaus ... Pablo Neruda napisao je čudesno lijepu i jednostavnu pjesmu - uostalom, sva prava poezija mora biti lijepa i jednostavna da bi bila čudesna.

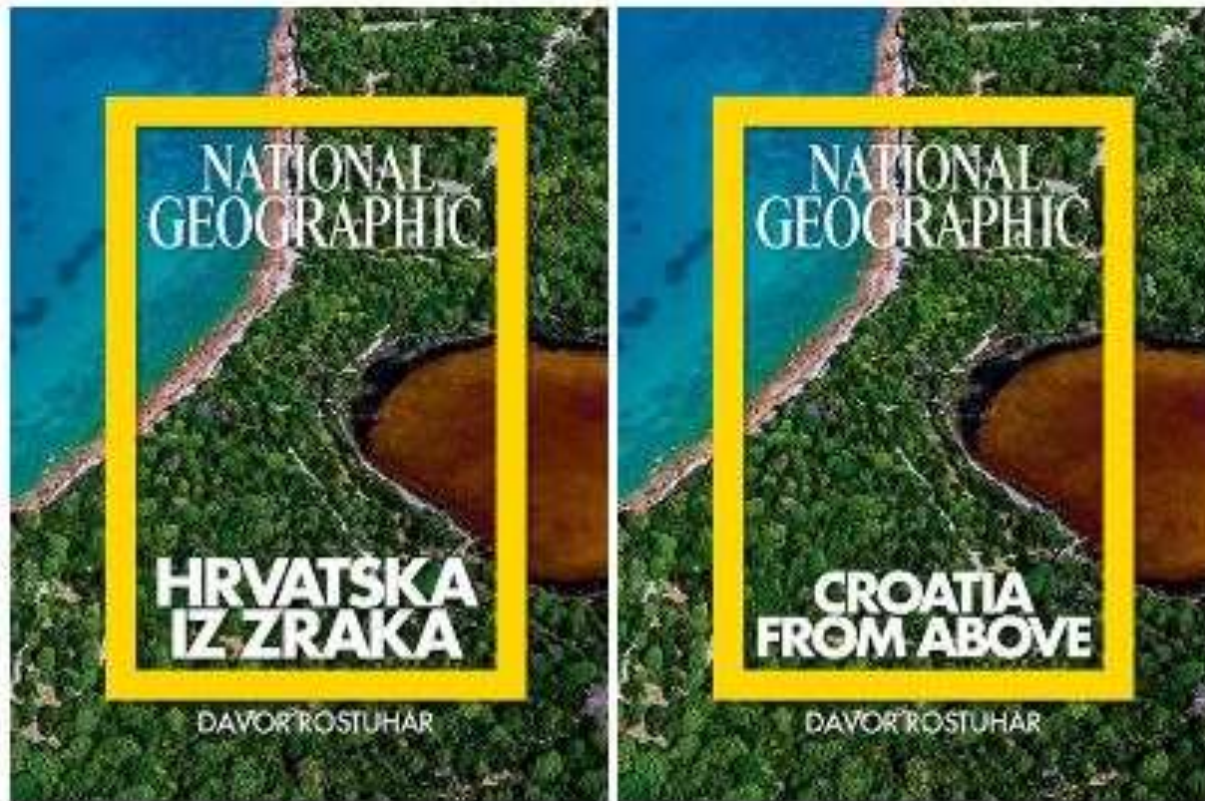
Ovako počinje: „Lagano umire onaj koji ne putuje, onaj koji ne čita, onaj koji ne sluša muziku, onaj koji ne nalazi zadovoljstvo u sebi.“

A green grasshopper is perched on a person's hand, which is holding a large green leaf. The background is a soft-focus outdoor scene with more greenery.

“Naš je život put”, rekao je papa Franjo na prvoj misi koju je služio nakon konklava.

“Pa ako prestanemo putovati, to je kao da ne živimo,” rekao je.

<http://www.mint.hr/default.aspx?id=16376>



<http://hrvatskaizzraka.com>

[www.davorrostuhar.com](http://www.davorrostuhar.com)

<http://kek.hr>

[www.facebook.com/Hrvatskaizzraka](http://www.facebook.com/Hrvatskaizzraka)

**Putniče, neka ti mudrost osvjetljava putove,  
a srce ljepotom povede do istine**





# HVALA



Ministarstvo turizma ; [www.mint.hr](http://www.mint.hr) ; [bosiljko.domazet@mint.hr](mailto:bosiljko.domazet@mint.hr)  
+385 1 6169 009 ; +385 99 2330 548

<http://www.privatni-smjestaj-hrvatska.com.hr/25-razloga-zasto-nikada-ne-bi-treballi-posjetiti-hrvatsku>



10 Spots with the Clearest Water in the World: 5. Hvar

**Paul Bradbury**  
<http://www.total-hvar.com>

## 1. Njihove građevine se ruse



Hrvatska ima nasljeđe koje datira tisućama godina unazad, spektakularna građevina poput **Pulske Arene**, **šesti najveći rimski amfiteatar u svijetu**.

## 2. Njihovi zrakoplovi nemaju kotače



Prošle godine je u suvremenu europsku zrakoplovnu povijest uvedena prva **usluga hidroaviona** u Hrvatskoj. Putujte kao nikad prije.

### 3. Njihovi autobusi izgledaju smiješno



S više od tisuću otoka za izabrati, **putovanje trajektom** je romantični dio hrvatskog ljetovanja.

#### 4. Njihovi taksiji su drugačiji



A ako imate novac za **taksi**, zašto ne uživati gliserom ispod neba?

## 5. Hrana izgleda smiješno



Svaka regija Hrvatske ima svoju kuhinju, a svi imaju jednu zajedničku stvar - **svježinu sastojaka!**

## 6. Vino je neizgovorljivo



Sa 130 autohtonih sorti grožđa, uključujući izvorni Zinfandel, **upoznavanje vina je izazov**. Kako Vi izgovarate Grk?

## 7. Njihove haljine su smiješne



Hrvatska je zemlja tradicije, a mnogi festivali sadrže **spektakularne tradicionalne haljine**.

## 8. Njihova glazba nema instrumente



**Dalmatinska klapa** je spektakularna, UNESCO-va nematerijalna svjetska baština.

## 9. Oni govore puno o maslinama



Hrvatsko maslinovo ulje je među najboljima u svijetu, nešto na što ćete naići puno tijekom Vašeg odmora.

## 10. Svi njihovi gradovi su od kamena



Ako ste u potrazi za modernim neboderima uz more, onda ste na krivome mjestu. Obala je puna slikovitih zidanih kamenih gradova.

## 11. Oni jedu hobotnicu



Jedan od najpopularnijih i nepoznatih jela je **hobotnica**. Ne odlazite bez da ste naručili salatu od hobotnice.

## 12. Oni imaju najčudnije festivale hrane



MICHAEL PFEIFER  
PHILO DEMANT

Oni jedu puhove, slave bob sa sladoledom, pa čak i festival kestena s 40.000 ljudi.

### 13. Kava traje sat vremena



Ne postoji brza kava.

**14. Oni ne razumiju potrebu da se bude na vrijeme**



**Vrijeme je relativno, idealno za lijeni odmor.**

## 15. Gotovo da nema pijeska u plažama



Ne poznaje se ne-pješčana plaža. Dovoljno je pogledati na čistoću te vode.

## 16. Ljeto je prevruće



Što učiniti ljeti sa non-stop suncem i 1000 otoka i više od 1000 km obale - **plaže!**

## 17. Zima je prehladna



Hrvatska slovi kao ljetovalište, ali atrakcije kao što su **Plitvička jezera** su zapanjujuće zimi.

18. Oni imaju više UNESCO baština nego medalja Svjetskog kupa



Sedam u svemu, dokaz **bogate baštine** Hrvatske i **prirodne ljepote**.

19. Njihovi ribe moraju plivati tri puta



Prvo **u moru**, a zatim **u maslinovom ulju** tijekom kuhanja pa **u vinu**, kao dio obroka. **Kvaliteta i svježina**, uhvaćena i pripremljena za uživanje u Hrvatskoj.

20. Španjolska riječ "manana" (hrv. sutra) dolazi od hrvatske "pomalo"



Tempo života u Španjolskoj može biti svjetski poznato, ali život u Dalmaciji bi ga mogao osporiti.

## 21. Vrijeme se nikada ne mijenja



S prosječno 2718 sunčanih sati u godini, Hvar je najsunčaniji otok u Europi.

22. Oni misle da imaju najbolje plaže na svijetu



Nećete naći Hrvata/icu koji kaže da su **plaže bolje bilo gdje drugdje.**

### 23. Oni misle da imaju najbolje more na svijetu



Nećete naći Hrvata/icu koji kaže da je more bolje bilo gdje drugdje.

24. Oni misle da imaju najbolji način života u svijetu



I dok se svijet dokazuje i bori, život na **splitskoj rivi** svaki dan u godini.

25. Nakon tjedan dana u Hrvatskoj, nikada se nećete poželjati vratiti kući



Nakon što ste ju posjetili, zaljubit ćete se i nikada je nećete željeti napustiti.  
Kako objasniti **TO** Vašem šefu kada se vratite kući?